

证券代码：002956

证券简称：西麦食品

桂林西麦食品股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员	活动主题：《股东来了》5·15 投保系列活动走进西麦食品 参加人员：1、广西证监局：孙晓光、黄淑慧；2、广西上市公司协会：龙慧娟、杨芳；3、投服中心、国海证券、全景网；4、国海证券、4、机构投资者：淳富传淇资产管理、桥河投资；5、个人投资者：骆任生、杨晓红、朱建平、邓康明、阳文科、江源涌、胡家华、张莉、胡敏军、吕剑锋、张旺、张金晶、王丽芳、秦玉婵、纪创群、黄欣、王萍、黄振良、张宇成、张明超、桂荣珍、蒋定宏、张晓兰、蒋莲玉、黄帮永、李晓琴、蒋辉、汤小丽、屈辉、林美香、韦祝尤、范天精、唐连弟、曾频、李玉兰、罗美业、刘曦、胡卫东、苏月才、张满意、龚晓东、唐谨、周鑫希、韦珊、顾明波、方吉兰、阳玉斌、李劼、李俊刚、李灿荣、曾新华。
时间	2021年05月27日 15:00—17:00
地点	全景·路演天下 (http://rs.p5w.net)
上市公司接待人员	副总经理：廖丽丽 投资发展部总经理：李骥 证券事务代表：何剑萍
活动流程	15:00-15:20 公司领导致辞并介绍公司情况；15:20-15:50 国海证券行业分析师解读行业现状和趋势；15:50-16:20 座谈交流；16:20-16:50 投服中心视频授课（《投资者权益知识指南》、《特别代表人诉讼快问快答》、《揭秘你不知道的炒股行骗套路》）；16:50-17:00 参观公司展厅；17:05 活动结束。
投资者关系活动主要内容介绍	Q1：年报显示，公司生产用燕麦粒主要来自于澳大利亚进口。近日，国家发改委发布声明表示，决定无限期暂停国家发改委与澳洲政府相关部门共同牵头的中澳战略经济对华机制下一切活动。请问该决定会对公司生产带来怎样的影响，以及公司将如何应对原材料采购的风险？

A1: 公司目前密切地关注着中澳关系的变化, 2021 年的进口麦粒采购合同已经签署落地, 目前公司的生产经营均正常。同时公司也在积极的评估其他燕麦主要生产国和出口国的燕麦粒的质量, 为下一步开发其他的燕麦原材料的来源做准备。

Q2: 年报显示, 公司积极拓展新业务渠道, 请公司说明目前燕麦产品在国内的市场占有率, 以及与同行业相比, 具有哪些竞争优势?

A2: 公司是中国燕麦行业的领军企业之一, 当前公司是整个燕麦行业唯一的一家全产业链的上市公司。从育种、种植开始, 介入整个产业链的每一个环节, 为消费者提供绿色、健康的食品。公司拥有品牌和企业文化方面的优势, 未来, 公司会加大品牌方面的投入, 持续的在品牌建设方面做更多的工作。同时公司在渠道方面也有自己的优势, 对于快销品行业来说, 从长远而言, 线下渠道的建设和消费者的触达, 是核心的竞争力之一, 公司在此方面具有比较明显的优势。

Q3: 我们前面一段时间注意到一个现象, 是与燕麦相关的, 觉得冷食燕麦未来的规模可能上千亿, 根据伊利的经验, 我想问高管的问题是, 公司对未来广告投入这一块有什么规划, 2010 年的时候, 一块钱的广告收入就可以带来 37 块钱的营收, 未来的广告投入这一块是怎样的? 第二线下的投入和线上, 像爱奇艺等的广告投入, 大概的占比, 线下和线上的占比, 可以告诉我们一个大致的范围吗?

A3: 假如冷食燕麦做到千亿的市场规模, 公司作为行业的龙头领军企业会受益良多。首先说广告, 未来在广告投入方面, 公司会持续加大投入, 会把品牌的建设作为一项工程, 持续进行品牌建设。公司的理念是要做一家百年的健康食品企业, 把西麦的健康事业传承下去, 为中国消费者提供健康、优质的燕麦食品。关于梯媒, 公司正在接触相关的梯媒公司, 进行洽谈和合作, 会有持续合作的可能性。至于具体的比例, 需要根据市场的环境来动态的进行调整。

Q4: 最近有一个瑞典的品牌, 是做燕麦相关产品的, 在纳斯达克上市, 它的

估值达到了 200 亿美元,想问一下公司在燕麦奶的这一块方面,是否有计划推出燕麦奶的产品呢?

A4: 整个行业新的动态,公司已经注意到,燕麦奶这类产品的增速较快。公司有一定的技术积累,也做了一些相应的准备,但是什么时候推出这一款产品,以什么样的节奏推出,可能更多的要依据市场调研来进行判断。

Q5: 今年的业绩值怎么样?

A5: 目前生产经营均正常,希望在去年的基础上有一个较大幅度的增长。

Q6: 目前公司在运营渠道的占比比较高,未来在渠道的增长驱动力在哪一方面,在便利店还有一些小超市的销售情况怎么样?数据有吗?

A6: KA 是公司比较强势的渠道,未来在 KA 渠道可能更多的是精耕。便利店、中小商超是公司未来线下渠道的重点,便利店、中小商超的模式与传统的 KA 不太一样,目前没有太多的数据可以提供。

Q7: 公司原材料都是来源于澳洲吗?目前的成本的上升有没有什么影响?

A7: 公司原材料中的燕麦粒大多数来自于澳洲,小部分是来自于国内,今年的进口麦粒采购合同已经签署落地,未来价格趋势,要取决于国际新冠疫情发展形势、中澳的关系以及海运运力紧张情况的缓解程度,公司也在密切的关注相关情况的变化。公司在加大原材料的储备,降低价格波动对公司的影响。同时公司在积极的评估其他燕麦主要生产国和出口国的燕麦粒的质量,为下一步开发其他的燕麦原材料的来源做准备。

Q8: 西麦食品的特征有哪些,西麦食品的设备是主要来自于国外进口,包括瑞士,都是目前市场上先进的设备,这其中有多少的专利是我们西麦自身的?如果说以后这些设备被其他的一些机构,他们也是投入了,对西麦有什么影响?

A8: 公司作为中国燕麦行业的领军企业,非常注重技术的研发和积累。公司拥有 32 项专利,这些专利在生产优质、美味的燕麦食品起到较大帮助作用。

	<p>公司使用的是国外先进设备，其他友商会有购买这些设备的可能性。但国外先进设备价格较高，对于资金实力不足的企业造成一定的障碍。设备之外，生产工艺是其中很重要的一个环节，是食品企业生产的核心技术之一。每一个企业，有各自的积累，公司通过二十多年的生产，积累了自己独特的工艺，也在积累的过程中申请了多项专利，这也是很多消费者反馈，公司生产的产品从口感上和其他家的不一样的一个很重要的原因。</p> <p>Q9: 公司在今年布局了冷食燕麦，会重点去投入吗？还有冷食燕麦对于公司未来一年或者两年的业绩会不会有一个很明显的增长？</p> <p>A9: 公司现在把冷食燕麦作为第二增长曲线，作为一个战略性的品种来看待，争取在未来能在公司的产品矩阵中做到冷热食齐头并进、比翼齐飞。公司非常注重冷食燕麦的发展，也会在冷食燕麦这个品类上有较大的投入。2020 年公司冷食燕麦的体量为近 1.5 亿，规模还不是特别大，但是增速较高。在未来，随着冷食燕麦基数的扩大，它对公司增长的贡献率会越来越高，权重也会更高。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021-5-31